

РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК УМОВА ІСНУВАННЯ НА РИНКУ

Конкурентоспроможність промислової продукції слід розглядати у розрізі конкретних обставин, що існують на ринку, враховуючи фактори, що впливають на характер конкурентної боротьби.

Серед широкого кола питань, які завжди встають перед виробниками промислової продукції є питання просування їх на ринку товарів та послуг. Вирішальним фактором положення товарів на ринку є конкурентоспроможність. Конкурентна боротьба – невід’ємна риса взаємовідносин між виробниками, що займаються випуском однотипної продукції. Вона має свої особливості та закони розвитку. Дослідження конкурентної боротьби передбачає виявлення основних показників, що впливають на еволюційну динаміку конкуренції, конкурентного потенціалу продукції та підприємства, на вибір стратегії конкуренції, управління споживчою цінністю продукції.

Конкурентоспроможність у сучасних умовах стає проблемою ефективної діяльності промислових підприємств, забезпечення стабільного рівня їх економічної діяльності.

Аналіз економічної літератури показує, що донині немає єдиного формулювання поняття „конкуренція”. Кожен з економістів розглядає цю економічну категорію в залежності від конкретних умов, від галузі вивчення, від досліджуваної проблеми.

Між тим конкурентоспроможність промислової продукції слід розглядати у розрізі конкретних ринків збуту, певної категорії споживачів, а також як з точки зору виробників, так і з точки зору споживачів. При цьому підприємство, турбуючись про конкурентоспроможність своєї продукції повинно перш за все зацікавити певну категорію споживачів (сегмент ринку) у доцільності придбання саме своїй продукції.

Підприємство повинно чітко розуміти, в яких напрямках воно збирається будувати свою діяльність, які механізми будуть при цьому задіяні. Підприємству життєво необхідна конкурентна стратегія. Визначення стратегії для фірми принципово залежить від конкретної ситуації, у якій вона перебуває.

Раніше, в умовах планової економіки, звернення до проблеми оцінки конкурентоспроможності не було актуальним, а в теперішній час через динамічну трансформацію національної господарської системи наука не встигає ґрунтовно осмислити нові реальності.

Поява великої кількості нових підприємств та організацій, лібералізація імпорту, створення ринку капіталу, акціонерних підприємств, впровадження на ринок іноземних компаній – все це значно ускладнює ситуацію на ринку. Як показала практика, більшість підприємств не готова до активного ведення конкурентної боротьби. В умовах лібералізації цін і стрибка інфляції промисловість опинилася в стиль тяжкому стані, що більш-менш серйозні інновації, пов'язані з посиленням конкурентної позиції підприємств, стали неможливими.

Зараз можна пропонувати лише один вихід з ситуації, що склалася – створення конкурентоспроможного виробництва, орієнтованого на потреби споживачів. У цьому сенсі конкуренція являється не тільки дестабілізуючим фактором, але й умовою виживання підприємства. Таким чином, для комплексної оцінки конкурентоспроможності необхідно розглядати та враховувати цілий спектр факторів, що мають різну природу й зміст. Проведений аналіз сучасного стану досліджень з тематики, що розглядається показав, що в даній області мають серйозні методологічні та методичні проблеми, без рішення яких визначення і використання оцінок рівня конкурентоспроможності відповідної продукції в економічному аналізі важко.